

Mercoledì 10 Settembre 2025
Notizie mercati esteri [1]

Mercato del Caffe' in Thailandia

Il mercato del caffè thailandese sta vivendo una fase dinamica di crescita, trainata dall'aumento della domanda dei consumatori, dai cambiamenti nello stile di vita dei thailandesi e dalla crescente presenza di marchi locali e internazionali. Nonostante le sfide legate alla produzione interna, la Thailandia sta rafforzando la sua posizione come attore chiave nell'industria del caffè del Sud-est asiatico, sia come mercato di consumo sia come centro di lavorazione e trasformazione.

Domanda in crescita
Il caffè è diventato un'abitudine quotidiana per molti thailandesi e la sua popolarità continua a crescere in tutto il Paese. Si prevede che entro il 2028 la domanda complessiva raggiungerà le 55.000 tonnellate di chicchi di caffè, rispetto alle 46.000 del 2023.
L'aumento dell'entusiasmo per il caffè ha spinto ad intensificare gli sforzi per rafforzare il settore locale. Nel 2023 la produzione interna ha raggiunto le 15.651 tonnellate, con **l'Arabica** coltivata principalmente nelle regioni montuose del nord e la **Robusta** nelle province meridionali del Paese. I produttori locali stanno concentrando le loro iniziative sul miglioramento della qualità dei chicchi, sull'espansione delle piantagioni e sull'adozione di tecniche agricole moderne. Questi interventi non solo sostengono gli agricoltori, ma creano anche nuove opportunità per soddisfare la crescente domanda interna e sviluppare prodotti di caffè di qualità destinati sia al mercato nazionale sia all'export.

Importazioni in aumento, produzione di qualità in crescita
A causa di queste sfide, la Thailandia fa sempre più affidamento sulle importazioni per soddisfare il suo mercato in espansione. Nel 2023 il Paese ha importato caffè per un valore di 338 milioni di dollari, con un aumento di quasi il 13% rispetto all'anno precedente. La maggior parte del caffè importato proveniva dal Vietnam, Indonesia e Laos sotto forma di chicchi crudi, successivamente trasformati in caffè tostato o istantaneo per il mercato interno e l'esportazione. La Thailandia è però riuscita a trasformare questa dipendenza in un vantaggio. Il settore della lavorazione dei chicchi in prodotti finiti, in particolar modo il caffè istantaneo, è in rapida crescita. Nel 2023 le esportazioni di caffè thailandese hanno raggiunto un totale di 126 milioni di dollari, con Cambogia, Laos e Filippine come mercati chiave. In altre parole, la Thailandia sta assumendo un ruolo di leadership regionale trasformando i chicchi non lavorati in prodotti di qualità.

Valore del mercato e panorama imprenditoriale

Anche il mercato interno ha registrato una crescita significativa in termini di valore. ***Nel 2025 il mercato del caffè ha raggiunto i 2 miliardi di dollari***, con un incremento dell'8% rispetto all'anno precedente. Il caffè istantaneo domina ancora, rappresentando circa l'84% delle vendite, ma sta emergendo una netta preferenza per il caffè artigianale, preparato al momento, in particolare tra i più giovani. Il mercato del caffè thailandese è composto sia da grandi catene sia da piccoli operatori indipendenti, ciascuno con un ruolo diverso. Le grandi catene come Café Amazon e Starbucks guidano il mercato grazie a un forte branding, operazioni su larga scala e maggiori profitti. Solo Café Amazon ha venduto oltre 400 milioni di tazze nel 2024 attraverso quasi 5.000 punti vendita. Dall'altra parte, i piccoli caffè indipendenti, come coffee truck e chioschi, costituiscono la maggior parte del mercato, offrendo esperienze uniche ma con margini di profitto ridotti a causa della forte concorrenza e dei costi elevati. Insieme, queste due tipologie di attività modellano l'industria del caffè thailandese, rendendola dinamica.

Cambiamento nelle preferenze dei consumatori
Le abitudini dei consumatori in Thailandia stanno evolvendo rapidamente. Molti continuano a preferire la praticità dei prodotti istantanei o ready-to-drink, una richiesta rafforzata dal clima caldo e dal ritmo frenetico della vita urbana. Allo stesso tempo, per le giovani generazioni, il caffè è più di una bevanda. Contano l'atmosfera del locale, la qualità dei chicchi e l'attenzione alla sostenibilità ambientale. Questa evoluzione ha favorito la crescita dei caffè di nicchia, nonostante l'aumento della concorrenza nel settore.

Previsioni e sfide future
Guardando avanti, il mercato del caffè thailandese mostra un forte potenziale, ma anche sfide evidenti. I consumi continueranno a crescere, sostenuti dai cambiamenti nello stile di vita e da una fiorente cultura del caffè. Le importazioni resteranno fondamentali, poiché la produzione locale fatica a soddisfare la domanda. Per le nuove imprese, il successo dipenderà dalla capacità di trovare il giusto equilibrio tra qualità, prezzo e identità del marchio. Un branding solido e strategie efficaci sono essenziali per catturare l'attenzione di consumatori sempre più sofisticati. In sintesi, il mercato del caffè in Thailandia cresce rapidamente, si diversifica velocemente e diventa sempre più competitivo. Nonostante le difficoltà nella produzione, la forte domanda interna e il ruolo della Thailandia come centro di lavorazione assicurano che il settore del caffè rimarrà tra i più dinamici del Paese negli anni a venire.

Ci sono opportunità per i marchi di caffè italiani in Thailandia?
Assolutamente sì. Il mercato thailandese rappresenta oggi **un'interessante opportunità per i produttori e i marchi italiani di caffè**. La rinomata tradizione del caffè italiano – celebre in tutto il mondo per l'espresso e i chicchi tostati di alta qualità – si integra perfettamente con la **crescente domanda locale di esperienze di caffè premium** e prodotti autentici. I consumatori thailandesi, sempre più attenti alla qualità e all'esperienza sensoriale, **sono alla ricerca di sapori autentici** e di brand con una forte identità. I marchi italiani, con il loro know-how e la loro reputazione, **sono idealmente posizionati per rispondere a questa domanda**, offrendo un'alternativa di alto livello rispetto alle catene internazionali standardizzate.

La **Thai-Italian Chamber of Commerce (TICC)** svolge un ruolo fondamentale nell'accompagnare le aziende italiane interessate a entrare o espandersi in questo mercato. La TICC supporta le imprese mettendole in contatto con potenziali partner locali, fornendo **informazioni strategiche sul mercato**, assistenza normativa e facilitando collaborazioni commerciali. I brand italiani possono entrare nel mercato thailandese attraverso **diversi modelli di business**: franchising, negozi monomarca o a marchio condiviso, oppure forniture su larga scala a caffetterie e ristoranti. In questo modo, possono **trasferire il proprio know-how e posizionarsi come punto di riferimento per il caffè di qualità** nel Sud-est asiatico.

A supporto di questa strategia di valorizzazione del made in Italy, la TICC ha inoltre lanciato nel 2024 una **competizione dedicata al Tiramisù**, The BEST Tiramisu, con l'obiettivo di rafforzare il branding dell'Italia e promuovere la corretta conoscenza di questo celebre dolce originario di Treviso. Negli ultimi anni, infatti, il Tiramisù è stato spesso erroneamente associato alla cucina giapponese, anche a causa di un'assonanza con ingredienti tipici nipponici. Con questa iniziativa, la Camera intende **contrastare tale mistificazione e tutelare l'autenticità del dessert italiano**, a base di mascarpone e caffè, celebrandone la vera origine e riportando l'attenzione sul suo legame profondo con la cultura gastronomica italiana.

(Contributo editoriale a cura della Thai-Italian Chamber of Commerce **[2]**)
Ultima modifica: Mercoledì 10 Settembre 2025

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

Source URL: https://www.assocamerestero.it/notizie/mercato-del-caffe-thailandia

Collegamenti
[1] https://www.assocamerestero.it/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D1122
[2] https://www.assocamerestero.it/ccie/thai-italian-chamber-of-commerce